

跨国公司对华投资若干特点

○杨国勇

从1977年我国正式引进外资开始,跨国公司在我国经历了从考察试探到扩大规模系统化投资的发展过程。特别是近10年来,中国作为世界上最具魅力的新兴市场之一,吸引着诸多跨国公司纷至沓来。目前,全世界最大的500家跨国公司已有近400家在华投资了2000多个项目。世界上最主要的电脑、电子产品、电信设备、制药和发电设备的制造厂家已经将他们的生产、研发和营运网络扩大到中国。中国正在成为许多跨国公司重要的的生产基地、采购基地和研发基地。跨国公司投资规模不断扩大、结构不断完善、形式更加灵活、目标更为明确,呈现出以下特点。

一、制造加采购

近年来,许多跨国公司在战略调整中,把着眼点放在它本身的核心能力上,而把其他许多产品和工序外包出去,以提高公司本身的灵活性和市场反应能力。许多跨国公司已经把它的全球制造中心搬到中国,或准备搬到中国。以跨国公司云集的上海为例,迄今跨国公司投资的510个项目中,其中342个属工业项目,涉及汽车、钢铁、石化、精细化工、家电、电站设备等六大支柱产业以及信息、生物制药和新材料三大高新技术产业。跨国投资,促进了我国制造业的迅速发展,尤其是我国的家电工业,经过近20年发展,建立健全了的生产制造体系,生产效率和生产成本已具国际领先水平,正在由成长期向成熟期转变,我国已成为世界家电主要制造基地。

跨国公司将中国视为“世界工厂”,加大了在我国的采购力度,使我国逐渐融入全球经营网络。如2000年摩托罗拉在华采购金额为75亿人民币,在中国采购的零部件比例达65%,有700家供应商。通用电气在华投资近15亿美元,在飞机发动机、家用电器、工业系统、医疗系统、动力系统等多个领域全面介入了中国市场并积极拓展在华的采购业务。2001年5月30日至6月1日,日本贸易振兴会在北京举办了“2001年北京国际零部件原材料采购展览会”,数万家日本企业参展,展示将要采购的商品样品,寻找供货商,显示出日本经济界把制造业务转移到我国的战略趋势。2002年4月9日至12日,一批著名跨国零售集团刚在天津刮起一股热买“中国制造”之风,23日,这些“超级买家”又出现在南京国际采购会上。来自美国、英国、日本等15个国家及地区的34家跨国企业将与中国的1100多家生产企业进行“零距离”接触和交易,其中12家为世界500强企业。沃尔玛、家乐福、麦德龙、伊藤洋华堂、佳世客等全球零售业巨头不仅到场设展,而且还派出了700多人的职业买手。跨国公司在中国的大规模采购使中国更加

走近“世界工厂”。

二、延伸服务业

跨国公司在华的投资,由加工、制造、采购等领域,逐渐向培训、分销、研发和金融等知识型服务领域延伸,并具有明显的技术应用型和市场服务型导向。国外许多著名跨国公司纷纷抢滩中国的研发市场,如IBM、英特尔、微软、通用汽车、杜邦、爱立信、松下、诺基亚、联合利华等世界著名公司已在北京和上海相继建立独立的研发分支机构,并与清华、北大等一些著名高校合作设立各种实验室、研究中心和培训中心,形成了跨国公司的一个新的对华投资领域。以微软为例,1999年微软斥资8000万美元在北京设立微软中国研究院,这是微软除英国剑桥外在海外设立的第二家研发机构。不久,微软CEO宣布,将在今后几年内投入4000万美元将其位于上海的微软技术中心的规模增大一倍。微软亚洲技术中心是微软在美国以外的最大客户技术支持中心,也是微软在全球范围内提高用户及合作伙伴满意度的一项重要研发及服务措施。此外,摩托罗拉组建了摩托罗拉大学、爱立信在北京设立中国爱立信管理学院、IBM则与我国20多所大学有合作。这些都体现了跨国公司投资战略的延伸和长远的总体发展目标。

跨国公司迫切要求开放我国知识密集型服务业市场,使其能够进入银行、保险、电信、物流、专业咨询等领域。目前,世界最大的500家跨国公司中,已有26家在上海设立了银行、保险以及非银行金融机构的分支机构,另有84家设立了办事机构,正密切关注这一新的发展空间。随着我国加入WTO,跨国公司对我服务市场的准备状态将逐渐转化为实际投资。

三、投资多样化

90年代以来,跨国公司凭借其自身的资金优势、管理优势、技术优势、人才优势以及市场网络优势,进一步推动其全球经济战略,并在对外直接投资上已突破了原来单一股权安排,逐步形成独资、合资、合作、收购、兼并及非股权安排等多样化投资方式并举的格局。

由于经济全球化的迅猛发展以及国际市场相互开放的程度大大提高,跨国公司加快了扩大规模、抢占市场的步伐,而通过购并进行强强联合,形成规模经济,是达到优势互补、增强竞争实力,实现全球战略目标的一条捷径。

合资经济和合作经济历来是跨国公司投资的主要方式,具体做法有:通过与中国政府的协商沟通,选择前景良好的投资项目和可靠的合作伙伴,参与中国国家重点建设项目和

技术改造项目进行投资,通过与以往的(技术、贸易等)合作伙伴合资或合作进入中国市场,在其他合资项目的带动下投资中国。

此外,在跨国公司对外直接投资活动中,非股权控制的重要性日益提高。这是一种以签订合同的方式参与东道国企业生产经营活动。其主要形式有:技术授权、管理合同、生产合同、设备租赁、合作销售、共同投标、共同承包工程等。这种方式不以股权作为牟取利润的手段,而以技术、管理、销售、转移价格等途径获取利润。据联合国跨国公司中心报告,90年代以来非股权安排已成为国际企业投资的重要方式,而且在未来必定会有更大的发展和更多的创新,这在中国也是如此。

四、产业基地化

近年来,跨国公司加大在华投资力度,在中国形成了众多资金密集型和技术密集型的大型专业化产业基地,显示出对中国市场前景的看好。

2000年在北京宣布成立的扬子石化——巴斯夫有限责任公司是中国石化股份有限公司和德国巴斯夫集团共同投资26亿美元创建的世界级、高科技、一体化的石化基地,是目前最大的中德合资项目。2000年10月,英荷壳牌集团与中国签订了一项迄今最大的中外合资合约,将在我国广东省设立合约总值40亿美元的石化生产基地。2001年4月,由BP公司参与投资的上海90万吨乙烯合资项目座落漕泾化工区,占地23.4平方公里。根据规划,从今年起的10年内上海化工区一期工程建设期,总投资1500亿元人民币。目前,德国拜耳、巴斯夫、美国亨斯曼、比利时动力集团、法国液化气公司、美国普莱克斯、英国泰晤士、日本三井等知名跨国公司都已开始参与漕泾化工区基地建设。

2000年,由美国AOS半导体公司等共同发起的北京华夏半导体制造股份有限公司计划在10年内投资100亿美元建成6到8条8英寸和12英寸芯片生产线,其中两条已于2000年开工建设。该项目建成后,将成为我国的芯片生产基地。2000年5月9日,芬兰电信公司诺基亚公司推出在北京建立一个工业园的计划,该公司希望这个工业园可以成为在中国制造和开发电信设备的中心。投资规模超过100亿元人民币的星网(国际)工业园,是北京市最大的外资投资项目。这个由诺基亚牵头、30余家跨国公司联手打造的工业园区,聚集了全球手机零部件和服务供应商、年产值将达500亿元人民币,正向全球手机生产基地迈进。2000年8月,摩托罗拉公司宣布,在中国再次增资160亿元人民币(19亿美元),用以建设天津半导体集成生产中心和亚洲通信产品生产基地。该投资将使摩托罗拉总投资额达到285.6亿元人民币,跃居为在华最大外资投资企业。跨国公司在华投资的一个个工业化产业基地已初显规模。

五、品牌本土化

据统计,我国现有的20多万个三资企业中,有90%以上的企业使用外方商标。洋品牌无孔不入,正以润物细无声的

方式悄然推行其本土化的策略。在操作过程中,跨国公司总是选择中国企业中商标知名度高、有实力的企业进行合资,然后凭借自己的资金和技术优势掌握合资企业的控股权,利用国内企业的知名度、销售渠道和市场将合资企业产品的品牌或自身产品品牌通过大手笔的营销策划打入中国市场。以取得降低经营成本,跨越文化障碍,提高管理效率,更容易获得中国消费者认同的效果。

以法国达能为例,它以自己的资金实力和品牌优势入主娃哈哈和乐百氏,借力使力,不仅立即启用两家企业的管理机构、原材料供应渠道、销售网络和生产设施,而且充分利用中方原有的各种关系,实施自己的扩张。于是在2000年底,达能又以迅雷不及掩耳之势参股光明乳业、收购正广和饮用水有限公司50%的股份和正广和网络购物有限公司10%的股份,从而彻底奠定了达能在中国饮用水市场的龙头老大地位。

为适应中国的市场环境,跨国公司不仅通过控制中国的知名品牌大发其财,还努力将洋品牌做“土”,推行品牌本土化策略。2000年,伊莱克斯冰箱以本土化策略为核心反攻中国本土品牌取得重大进展,抢夺大商场份额升为第二,同年宝洁公司推出百分百本土化品牌“润妍”洗发水,以十分本土化的产品配上十分本土化的广告,后来居上压过中国本土品牌“奥妮100”;宝洁还以本土化策略推出脱敏牙膏“舒敏灵”,直接挑战成长最快的中国本土品牌“冷酸灵”。而可口可乐公司则以成功塑造本土品牌“天与地”、“醒目”为骄傲。至此,一场没有硝烟的品牌本土化推广战进入白热化阶段。

六、利益长期化

虽然跨国公司推动了国际技术的转移,国际贸易的增长和资金的跨国流动,也促进了资源的优化配置。但是,跨国投资经营,尤其是周期较长的大项目的投资,其收益却不是立竿见影的。但跨国公司视境外投资为战略性投资,它们从长期利益出发,先立足、后发展、再扎根,最终实现其占领全球市场,谋求长远的丰厚回报的战略目标。

实际上,跨国公司在头些年投资的企业,虽然投入不少,但赚钱的项目并不多,然而这并不影响跨国公司的对华投资热情,巨大的中国市场就像一块磁铁牢牢地把它们吸引住。跨国公司看中的是长期化的利益,而不是眼前利益和一时之得失。也就是说,在跨国公司与中国的合资企业中,博弈一直存在并越发难以协调,外方不图合资企业马上赚钱,图的只是在中国市场上销售经验与渠道的积累,然后等待政策的放开,再独步江湖。

在这种情况下,利润再投资也已成为跨国公司扩大再投资的主要途径,即母公司把国外子公司的部分或全部利润作为新投资追加在原项目或投资新项目上。随着对外直接投资收益的不断提高和积累,跨国公司的利润再投资也就越来越成为跨国公司对外直接投资的重要方式,利益长期化成为跨国公司始终不渝的追求。

(作者单位:厦门大学财金系)

(责任编辑:李晓玉)